

◀

▲

BALANCES previsionales

información

▶

| Balances | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 |
|---------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ACTIVO NO CORRIENTE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Inmovilizado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Amortizaciones | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ACTIVO CORRIENTE | 90.367 | 180.278 | 276.685 | 381.068 | 496.364 |
| Existencias | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Realizable | 11.507 | 12.203 | 13.069 | 14.135 | 15.583 |
| Disponible | 78.860 | 168.075 | 263.616 | 366.933 | 480.780 |
| TOTAL ACTIVO | 90.367 | 180.278 | 276.685 | 381.068 | 496.364 |
| PATRIMONIO NETO | 89.696 | 179.567 | 275.923 | 380.244 | 495.455 |
| Capital | 15.500 | 15.500 | 15.500 | 15.500 | 15.500 |
| Reservas | 74.196 | 164.067 | 260.423 | 364.744 | 479.955 |
| Pérdidas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PASIVO NO CORRIENTE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Deudas entidades de crédito | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PASIVO CORRIENTE | 671 | 711 | 762 | 824 | 908 |
| Proveedores | 671 | 711 | 762 | 824 | 908 |
| Cashflow (-) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL Pat. NETO y PASIVO | 90.367 | 180.278 | 276.685 | 381.068 | 496.364 |

Estructura de costes de la empresa SENÉ

La puesta en marcha y el desarrollo de la empresa SENÉ implican una serie de costes necesarios para poder ofrecer sus productos de forma competitiva y sostenible. Estos costes se dividen en costes fijos, costes variables y costes asociados al crecimiento del negocio, teniendo en cuenta tanto los aspectos económicos como operativos del proyecto.

Costes fijos

Los costes fijos son aquellos que la empresa debe asumir de manera regular independientemente del volumen de ventas. En el caso de SENÉ, los principales costes fijos son el alojamiento y mantenimiento de la página web, imprescindible para la venta online y la visibilidad de la marca; las suscripciones a herramientas de diseño y comunicación digital, como plataformas de diseño gráfico o gestión de redes sociales; y los gastos relacionados con la imagen corporativa y el branding, necesarios para mantener una identidad visual coherente y profesional. También se incluyen posibles costes administrativos y de gestión, aunque se intenta mantenerlos al mínimo en la fase inicial del proyecto.

Costes variables

Los costes variables dependen directamente del número de productos vendidos. Para SENÉ, estos costes incluyen principalmente la adquisición de camisetas y sudaderas base, los materiales de personalización (tintas, vinilos, serigrafía u otros sistemas de impresión), el packaging utilizado para los envíos y los costes de transporte y mensajería. A mayor volumen de ventas, mayor será este tipo de costes, aunque también permite beneficiarse de descuentos por compra en cantidad a proveedores.

Economías de escala

A medida que SENÉ aumente su volumen de producción y ventas, podrá reducir el coste unitario de cada prenda gracias a las economías de escala. Comprar mayores cantidades de materiales, negociar mejores precios con proveedores o optimizar los envíos permitirá mejorar la rentabilidad del negocio sin necesidad de subir los precios al cliente final.

Inversión inicial

Aunque SENÉ busca minimizar los gastos iniciales, el proyecto requiere una inversión inicial destinada principalmente a la compra de stock básico, materiales de personalización, creación de la tienda online y acciones iniciales de marketing

digital para dar a conocer la marca. Esta inversión se considera clave para garantizar un lanzamiento sólido y profesional del proyecto.

Otros costes

Además de los costes económicos directos, SENÉ tiene en cuenta otros costes de carácter social y medioambiental, como la elección de proveedores responsables o el uso de materiales más sostenibles, lo que puede suponer un ligero aumento del coste, pero aporta valor añadido a la marca y refuerza su compromiso con un consumo más responsable.

FUENTES DE INGRESOS

El modelo de ingresos de SÉNÉ se basa en un sistema de suscripción de moda circular por temporadas, diseñado para generar ingresos recurrentes, predecibles y escalables, alineados tanto con los hábitos de consumo digitales del público objetivo como con los principios de sostenibilidad y economía circular que definen la propuesta de valor de la marca.

Este modelo permite desacoplar el crecimiento de ingresos del volumen de producción textil, maximizando el uso de cada prenda, optimizando costes operativos y reforzando la rentabilidad a medio y largo plazo.

1. INGRESOS PRINCIPALES: SUSCRIPCIÓN AL ALQUILER DE PRENDAS POR TEMPORADAS

La principal fuente de ingresos de SÉNÉ procede de las cuotas de suscripción trimestrales que abonan los usuarios para acceder al servicio de alquiler de prendas. A través de este sistema, los clientes disfrutan de un armario renovado cada temporada sin necesidad de adquirir prendas nuevas, reduciendo la acumulación, el consumo impulsivo y el impacto ambiental.

1.1. ESTRUCTURA DE LOS PLANES DE SUSCRIPCIÓN

| PACK | PRENDAS/TEMPORADA | PRECIO TRIMESTRAL | PRECIO MEDIO POR PRENDA |
|-----------|-------------------|-------------------|-------------------------|
| ESSENTIAL | 4 prendas | 95€ | 23,75€ |
| BALANCE | 7 prendas | 145€ | 20,71€ |
| PREMIUM | 10 prendas | 220€ | 22€ |

Estos packs se diferencian además por:

- Tipo de prendas incluidas.
- Nivel de variedad y exclusividad.
- Acceso prioritario a colecciones especiales.
- Grado de personalización del estilista virtual.

1.2. PROYECCIÓN DE INGRESOS POR SUSCRIPCIÓN

Con una estimación conservadora de 1.000 suscriptores activos, y una distribución equilibrada de clientes:

- 40% Pack Essential (400 usuarios).
- 40 % Pack Balance (400 usuarios).
- 20 % Pack Premium (200 usuarios).

Los ingresos trimestrales serían:

- Essential: $400 \times 95 \text{ €} = 38.000 \text{ €}$
 - Balance: $400 \times 145 \text{ €} = 58.000 \text{ €}$
 - Premium: $200 \times 220 \text{ €} = 44.000 \text{ €}$
-
- Ingresos totales por trimestre: 140.000 €
 - Ingresos anuales recurrentes: 560.000€

2. INGRESOS RECURRENTE Y PREVISIBILIDAD FINANCIERA

El sistema de suscripción por temporadas permite a SÉNÉ:

- Anticipar ingresos a corto, medio y largo plazo.
- Optimizar la planificación del stock (rotación y reposición).
- Reducir la dependencia de ventas puntuales o campañas agresivas.
- Mejorar la estabilidad financiera frente a modelos tradicionales de retail.

La recurrencia se ve reforzada por:

- La necesidad continua de renovar el armario por cambios estacionales.
- La experiencia personalizada ofrecida por la plataforma y el asistente virtual.
- Una vida media del cliente estimada en 500 €, coherente con una permanencia de entre 2 y 3 años.

3. INGRESOS COMPLEMENTARIOS: PLANES SUPERIORES Y SERVICIOS DE VALOR AÑADIDO

Más allá de la suscripción base, SÉNÉ incorpora fuentes de ingresos complementarias que incrementan el ticket medio sin aumentar proporcionalmente los costes operativos.

3.1. UPSELLING DENTRO DE LA SUSCRIPCIÓN

- Migración de usuarios de Essential a Balance o Premium.
- Acceso prioritario a prendas más demandadas.
- Funciones avanzadas del estilista virtual.
- Servicios personalizados como cambios completos de estilo o asesoramiento para eventos.

Se estima que entre un 15 % y un 20 % de los usuarios contratarán servicios adicionales, generando un incremento del ARPU (ingreso medio por usuario) del 10–15 % anual.

4. INGRESOS DERIVADOS DE COLABORACIONES ESTRATÉGICAS CON MARCAS

SÉNÉ genera ingresos adicionales mediante acuerdos con marcas y diseñadores sostenibles, alineados con los valores de la plataforma.

Las principales vías de monetización son:

- Inclusión de prendas de marcas en el catálogo a cambio de una cuota o revenue share.
- Promoción de marcas dentro de la plataforma (branding, visibilidad, contenido).
- Lanzamiento de colecciones cápsula en colaboración.

Este modelo permite:

- Diversificar ingresos sin depender exclusivamente de suscripciones.
- Reducir el coste medio de adquisición de prendas.
- Aumentar el atractivo del catálogo para el usuario final.

5. OPTIMIZACIÓN DEL CICLO DE VIDA DE LAS PRENDAS COMO PALANCA ECONÓMICA

Aunque no es una fuente de ingresos directa, la optimización del ciclo de vida de las prendas impacta directamente en la rentabilidad del modelo.

- Coste medio de adquisición por prenda: 18–25 €.
- Vida útil estimada: 12–18 ciclos de uso.
- Coste de reacondicionamiento por uso: ~5 €.

Gracias a este sistema:

- Se incrementa la rentabilidad del activo textil en un 22 %.
- Se reduce la necesidad de nuevas inversiones en stock.
- Se prolonga la vida útil de cada prenda en un 60 %.

Las prendas fuera de uso se destinan a reciclaje textil, evitando costes de eliminación y reforzando el posicionamiento sostenible de la marca.

6. ENFOQUE SMART DEL MODELO DE INGRESOS

El modelo de ingresos de SÉNÉ cumple con los criterios SMART:

- Específico: basado en un sistema claro de suscripción por temporadas.
- Medible: mediante KPIs como número de suscriptores, tasa de retención, ARPU y LTV.
- Alcanzable: dirigido a un público digitalizado y familiarizado con modelos de suscripción.

- Relevante: responde a una necesidad creciente de consumo responsable sin competidores directos equivalentes.
- Temporal: permite una implantación progresiva y controlada, escalable según la demanda.